

Hyundai confirme sa volonté de développer ses ventes aux entreprises avec la convention « Hyundai Business Day »



- Hyundai Motor France poursuit son développement des ventes aux entreprises
- Une gamme Business réservée aux entreprises
- Nouveau Tucson disponible en finition Business

La Garenne-Colombes, le 14 septembre 2015

Depuis sa filialisation en 2012, Hyundai Motor France s'emploie à accroître sa présence et sa notoriété auprès des entreprises. La marque consacre en effet aux ventes flottes une part importante de son développement à l'échelle européenne comme à l'échelle nationale et peut aujourd'hui s'appuyer dans l'Hexagone sur une équipe de professionnels animée par Dominique Gobin, Directeur Ventes Flottes et Véhicules d'Occasion.

Hyundai est en bonne voie pour réaliser son objectif sur le marché des flottes, à savoir s'imposer comme un acteur incontournable de ce marché. En effet les ventes Hyundai aux entreprises ont crû de 128% entre juillet 2014 et juillet 2015 (avec 2071 immatriculations Entreprises au 31 juillet 2015).

Preuve de la volonté de Hyundai Motor France de consolider ses volumes globaux tout en renforçant son activité ventes aux entreprises : la convention « Hyundai Business Day » s'est tenue le jeudi 3 septembre, à Paris. Un évènement important dans le cadre du développement de l'activité de la marque sur le marché B to B en France qui a réuni de nombreux acteurs : clients grands comptes, loueurs longue durée, coteurs, loueurs courte durée et représentants de Hyundai Motor France.

Côté produits, pour répondre aux demandes des PME, artisans, professions libérales, Hyundai Motor France a développé sa gamme Business en couvrant chaque segment du marché, comprenant maintenant : i20 Nouvelle Génération, Nouvelle i30, Nouvelle i30 SW, Nouvelle i40, Nouvelle i40 SW et Nouveau Tucson, le SUV Hyundai lancé en septembre 2015. La finition Business comporte de série les équipements suivants : arrêt/redémarrage automatique, bluetooth, régulateur de vitesse, climatisation, roue de secours, système de navigation Europe avec écran tactile et caméra de recul.

De plus, les émissions de CO2 des véhicules Hyundai sont particulièrement bien positionnées, ce qui représente un avantage non négligeable pour les entreprises (à partir de 92g pour i20 Nouvelle Génération et 119g pour le nouveau SUV, Nouveau Tucson).

« La convention Hyundai Business Day était l'occasion de rappeler l'importance que la marque attache au développement des ventes flotte et de faire un point sur les avancé de la marque sur ce marché. Depuis 2014, nous développons les centres Hyundai Entreprises dans le but de fournir aux professionnels des conseils adaptés à leurs besoins dans un espace qui leur est réservé. »

Dominique Gobin, Directeur Ventes Flottes et VO Hyundai Motor France

La convention a aussi permis de revenir sur le dispositif de ventes entreprise « Centres Hyundai Entreprises », initié en 2014. On compte déjà 26 de ces structures spécifiquement dédiées aux entreprises en termes d'accueil et de services.

A propos de Hyundai Motor Company

Fondée en 1967, Hyundai Motor Company s'est engagée à devenir la marque automobile la plus appréciée. Filiale de Hyundai Motor Group – structure d'entreprise innovante maîtrisant l'ensemble de la chaîne, de la production d'acier jusqu'à la livraison du véhicule – Hyundai Motor Company propose des best-sellers tels que Elantra, Sonata, Santa Fe et Genesis. Hyundai Motor Company compte près de 100 000 collaborateurs et a vendu 4,96 millions de véhicules en 2014 à travers le monde. Hyundai continue d'améliorer sa gamme de produits en régionalisant la conception et la production de ses modèles et s'efforce de renforcer son leadership en matière de technologies propres, à commencer par la première voiture électrique alimentée par hydrogène produite en série au monde : ix35 Fuel Cell.

A propos de Hyundai Motor Europe

En 2014, Hyundai a enregistré en Europe 425 000 unités vendues. Près de 95% des véhicules Hyundai vendus en Europe sont conçus, dessinés et testés en Europe pour répondre aux attentes des clients européens. Et 90% des modèles Hyundai vendus dans cette région sont fabriqués localement dans les deux usines européennes de République Tchèque (Nosovice) et de Turquie (Izmit), qui possèdent une capacité de production de 500 000 unités. Hyundai commercialise ses produits dans 30 pays européens à travers 2.500 points de vente.

A propos de Hyundai Motor France

Devenue filiale depuis le 3 janvier 2012, Hyundai Motor France a enregistré 17 165 immatriculations en 2014. Grâce à une large gamme de voitures, fiables, innovantes, économes et respectueuses de l'environnement, répondant parfaitement aux attentes des clients, Hyundai est désormais un constructeur généraliste. Chacun des 12 modèles qui constituent sa gamme, citadines, berlines, monospaces, ou véhicules de loisirs, se distingue par un confort unique, un niveau d'équipements exceptionnel, des prix compétitifs et une garantie inédite 5 ans kilométrage illimité. Mais Hyundai en France, c'est aussi un important réseau de distribution de plus de 180 points de ventes et services

répartis sur tout le territoire. Des équipes de professionnels, passionnés d'automobiles, qui ont compris que le plus important, c'est l'accueil et le service qu'ils doivent apporter à leurs clients. Hyundai Motor France compte aujourd'hui 130 employés et continue de développer sa structure.

Pour davantage d'informations, connectez-vous sur le nouveau site presse

www.presse.hyundai.fr

ou sur la page Facebook de Hyundai France: <https://www.facebook.com/hyundaifrance>